

Interaktivitas Aktual *Website* sebagai Media *International Public Relations*

(Studi Deskriptif Kualitatif tentang Potensi *Website European External Action Service* di Indonesia sebagai Media Interaktif dengan Publik Internasional)

Raden rara Gratsia Kancanamaya / Gregoria Arum Yudarwati

Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Atma Jaya Yogyakarta,
Jalan Babarsari No. 6 Yogyakarta 55281

Abstrak

Era globalisasi dan perkembangan teknologi komunikasi mendorong organisasi, termasuk organisasi antar negara, untuk melakukan international public relations menggunakan website. Website adalah medium yang memiliki kelebihan untuk menyediakan potensi interaktivitas yang disebut dengan interaktivitas aktual, yang tidak pernah bisa dilakukan melalui media konvensional. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan interaktivitas aktual website European External Action Service (EEAS) di Indonesia dengan mengidentifikasi keberadaan fitur interaktivitas dan model komunikasi yang terjadi di dalam website. Menggunakan studi kasus, didapatkan bahwa interaktivitas aktual website EEAS di Indonesia masih terbatas. Hal itu ditunjukkan oleh keberadaan fitur-fitur yang hanya memungkinkan terjadinya model komunikasi satu arah. Implikasinya terhadap praktik international public relations EEAS di Indonesia adalah penggunaan website yang sekedar untuk diseminasi informasi serta melakukan komunikasi persuasif, yakni membangun image.

Kata kunci: interaktivitas aktual website, website sebagai media international public relations, media international public relations, international public relations

1. Latar Belakang

Di era globalisasi, negara menghadapi tantangan revolusi telekomunikasi, penyebaran luas demokrasi di dunia, dan ekonomi pasar yang menempatkan

publik asing sebagai aktor penting. Hal itu mendorong negara untuk melakukan komunikasi lintas batas internasional demi meraih tujuan tertentu, yang dilakukan dalam bentuk *public diplomacy* (Sonnesyn & Williams dikutip dalam Signitzer & Wamser, 2010). Signitzer dan Coombs (1992) mendeskripsikan *public diplomacy* sebagai ranah *international public relations*. Bahkan Signitzer dan Wamser (2010) menyatakan bahwa *public diplomacy* memiliki kesamaan dan dapat disebut juga dengan *international public relations*. *International public relations* inilah yang menjadi fokus di dalam penelitian ini.

Wilcox et al (dikutip dalam Wakefield, 2008) mendefinisikan *international public relations* sebagai upaya terencana dan terorganisir sebuah perusahaan, institusi, atau pemerintah untuk menciptakan hubungan saling menguntungkan dengan publik asing. Tidak hanya negara, organisasi antar negara pun juga terlibat di dalam *international public relations*. Hal tersebut terjadi karena beberapa negara dapat menggabungkan kekuatan dan bekerjasama demi mencapai kebijakan asing yang serupa, tujuan ekonomi, dan demi ‘berbicara dalam satu suara’ (Szondi dikutip dalam Snow & Taylor, 2009).

Praktik *international public relations* turut dipengaruhi oleh perkembangan teknologi komunikasi yang menghadirkan berbagai media, terutama *new media*. *New media* menawarkan berbagai kelebihan yang tidak bisa didapatkan dari media massa konvensional seperti surat kabar, radio, dan televisi. Salah satu kelebihan utama dari *new media*, khususnya *website*, adalah kemampuannya untuk menyediakan potensi interaktivitas yang tidak pernah bisa dilakukan melalui media konvensional (Wu, 2005).

Interaktivitas adalah komunikasi dua arah atau lebih melalui saluran bermedia, di mana individu juga harus dapat memodifikasi konten, bentuk, dan kecepatan lingkungan bermedia (Kioussis, 2002). Potensi interaktivitas yang ditawarkan *website* oleh Wu (2005) disebut sebagai interaktivitas aktual, yang dapat didefinisikan dengan melihat fitur-fitur atau kemampuan sebuah medium untuk menciptakan potensi interaktivitas. Fitur-fitur interaktif tersebut antara lain ialah *e-mail links*, *feedback forms*, serta *chat rooms* (Sundar et al, 2003).

Potensi *website* untuk menghadirkan interaktivitas melalui berbagai fiturnya dapat membentuk suatu pola interaktivitas yang merefleksikan model komunikasi yang ditawarkan organisasi kepada publik. Model komunikasi ini dapat dilihat dari aspek kendali atas sumber informasi, waktu, dan pemilihan subjek (McMillan, 2002), serta aspek arah komunikasi dan kendali atas proses komunikasi (McMillan & Downes dikutip dalam McMillan, 2002).

Di dalam ranah *international public relations*, peran media yang memungkinkan terjadinya interaktivitas sangatlah penting. Hal ini dikarenakan *international public relations* bertujuan untuk berkomunikasi dengan publik asing untuk menciptakan suatu dialog agar terjadi pertukaran informasi dan pembentukan *image* (Vitopoulos, 2015). Dialog tersebut hanya dimungkinkan melalui media yang dapat memungkinkan interaktivitas atau pertukaran peran antara *sender* dan *receiver*.

Berdasarkan pemaparan tersebut, penelitian ini melihat lebih lanjut mengenai interaktivitas aktual *website* sebagai media *international public relations*. Objek yang diteliti adalah *website European External Action Service (EEAS)* di

Indonesia yang dapat diakses pada alamat http://eeas.europa.eu/delegations/indonesia/index_en.htm. EEAS merupakan korps diplomatik Uni Eropa (UE) yang melakukan *international public relations* dengan menjalankan kurang lebih 140 Delegasi dan Kantor UE untuk merepresentasikan UE dan warga UE di seluruh dunia (EEAS, tanpa tahun).

2. Tujuan

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, maka tujuan dalam penelitian ini adalah mendeskripsikan interaktivitas aktual *website European External Action Service* (EEAS) di Indonesia sebagai media *international public relations*, dengan mengidentifikasi:

- a. Keberadaan fitur interaktivitas pada *website* EEAS di Indonesia
- b. Model komunikasi yang terjadi di dalam *website* EEAS di Indonesia

3. Hasil

Untuk mengetahui potensi interaktivitas yang ditawarkan oleh EEAS di Indonesia melalui *website*, maka hasil penelitian dapat dikelompokkan sebagai berikut:

3.1. Fitur yang Memampukan *User* untuk Berinteraksi dengan *Website*

Interaksi dengan *website* merupakan kemampuan *user* untuk berinteraksi dengan *server* internet atau *database*-nya. Terdapat tujuh fitur interaktivitas yang memungkinkan *user* untuk berinteraksi dengan *website* pada *website* EEAS di Indonesia. Fitur yang pertama adalah *hyperlinks* yang terdapat pada berbagai

halaman dan bagian pada *website* EEAS di Indonesia. Beberapa *hyperlinks* menghubungkan *user* ke bagian lain di dalam *website* EEAS di Indonesia, namun terdapat pula *hyperlinks* ke *website* lain di luar *website* EEAS di Indonesia, seperti ke *facebook*, *twitter*, *youtube*, dan *the Jakarta Post*.

Fitur kedua adalah *keyword search* yang dapat dijumpai pada bagian cari yang terletak di kanan atas *website* EEAS di Indonesia. Fitur ketiga ialah *language setting* yang terdapat pada bagian *header* di sebelah kanan atas. Terdapat dua bahasa yang dapat dipilih, yakni bahasa Inggris dan bahasa Indonesia, dengan bahasa Inggris sebagai bahasa *default* pada *website*. Meskipun demikian, ada beberapa halaman yang tidak menyediakan pilihan bahasa selain bahasa Inggris. Dengan kata lain, *user* hanya dapat memperoleh informasi dari beberapa halaman tersebut dalam bahasa Inggris. Adapun halaman-halaman tersebut adalah halaman tentang kami pada sub bagian selamat datang, serta halaman info lebih lanjut pada sub bagian hari Eropa (*Europe Day*), EU 5K, dan beasiswa.

Fitur keempat adalah *image* yang dapat ditemui baik dalam bentuk poster, foto, maupun grafik. Fitur kelima adalah video yang dapat dijumpai pada halaman utama dan halaman info lebih lanjut pada sub bagian video. Fitur keenam adalah *files download* atau pengunduhan dokumen. Fitur ketujuh sekaligus yang terakhir adalah *share button* yang dapat dijumpai pada bagian kanan atas *website* EEAS di Indonesia. Apabila *user* mengklik tombol tersebut, *user* dapat membagikan informasi dari halaman aktif *website* EEAS di Indonesia ke berbagai situs lainnya, seperti *facebook*, *linkedin*, dan *twitter*.

3.2. Fitur yang Memampukan *User* untuk Berinteraksi melalui *Website*

Interaksi melalui *website* dapat terjadi dalam dua bentuk, yakni interaksi antara *publisher* dengan *user* dan interaksi antara sesama *user*. Interaksi antara *publisher* dengan *user* dapat terjadi dalam dua bentuk, yang pertama adalah komunikasi dari *publisher* ke *user* melalui fitur *web page publishing*. Fitur *web page publishing* yang merupakan konten atau informasi yang bersumber dari organisasi sangat dominan pada *website* EEAS di Indonesia. Bentuk komunikasi yang kedua adalah komunikasi dari *user* ke *publisher* melalui fitur *e-mail links*. Sementara itu tidak ditemukan adanya fitur yang memungkinkan terjadinya interaksi antara sesama *user*.

Adapun hasil penelitian mengenai keberadaan fitur interaktivitas pada *website* EEAS di Indonesia dapat dirangkum ke dalam tabel berikut ini:

Tabel 1
Fitur Interaktivitas pada *Website* EEAS di Indonesia

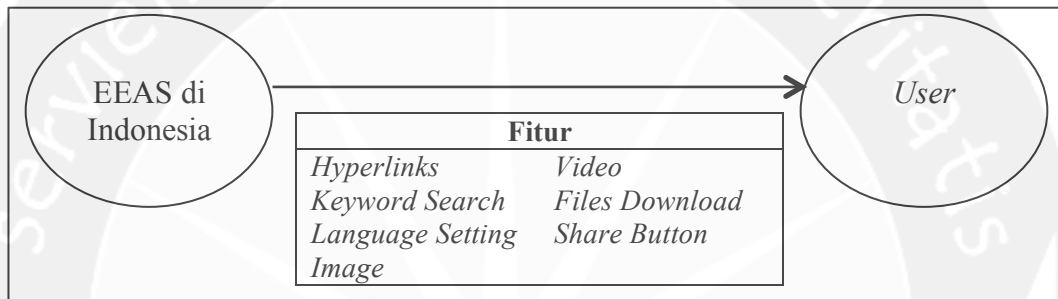
Jenis Interaktivitas	Berinteraksi dengan <i>Website</i>	Berinteraksi melalui <i>Website</i>		
		Interaksi antara <i>publisher</i> dengan <i>user</i>		Interaksi antara sesama <i>user</i>
		Dari <i>publisher</i> ke <i>user</i>	Dari <i>user</i> ke <i>publisher</i>	
Fitur Interaktivitas	a. <i>hyperlinks</i> b. <i>keyword search</i> c. <i>language setting</i> d. <i>image</i> e. <i>video</i> f. <i>files download</i> g. <i>share button</i>	<i>web page publishing</i>	<i>e-mail links</i>	—

Sumber: diolah oleh peneliti

3.3. Pola Interaktivitas yang terjadi di dalam *Website*

Setelah mengetahui potensi interaktivitas *website* EEAS di Indonesia melalui keberadaan fitur interaktivitasnya, dapat diidentifikasi pola interaktivitas yang terjadi di dalam *website*. Adapun pola interaktivitas yang terjadi di dalam *website* EEAS di Indonesia dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 1
Pola Interaksi antara *User* dengan *Website*



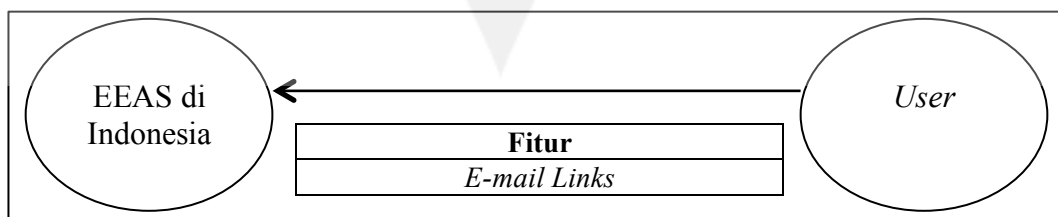
Sumber: diolah oleh peneliti

Gambar 2
Pola Interaksi di dalam Bentuk Komunikasi dari *Publisher* ke *User*



Sumber: diolah oleh peneliti

Gambar 3
Pola Interaksi di dalam Bentuk Komunikasi dari *User* ke *Publisher*



Sumber: diolah oleh peneliti

4. Analisis

Analisis mengenai interaktivitas aktual yang merefleksikan potensi interaktivitas *website European External Action Service* (EEAS) di Indonesia serta implikasinya terhadap praktik *international public relations* EEAS di Indonesia dapat dipaparkan sebagai berikut:

4.1. Interaktivitas Aktual *Website European External Action Service* di Indonesia

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya, tampak bahwa interaktivitas aktual yang dihadirkan pada *website* EEAS di Indonesia masih terbatas. Interaktivitas aktual dapat didefinisikan dengan melihat fitur-fitur atau kemampuan sebuah medium untuk menciptakan potensi interaktivitas (Wu, 2005). Interaktivitas merujuk pada potensi yang dimiliki *user* untuk menjadi sumber sekaligus penerima dari sebuah konten dan interaksi (Sundar et al, 2003), serta untuk memodifikasi bentuk dan konten dalam waktu seketika (Steuer dikutip dalam Aoki, 2000). Dengan kata lain, di dalam interaktivitas harus terjadi komunikasi dua arah yang simetris. Sementara dari berbagai fitur interaktivitas yang ditemukan pada *website* EEAS di Indonesia, peran *sender* yang dominan ada pada EEAS di Indonesia dan peran *receiver* ada pada *user*, dengan kesempatan terjadinya pertukaran peran yang terbatas.

Hal itu ditunjukkan oleh fitur-fitur dan jenis interaktivitas yang dimampukannya yang telah dipaparkan di dalam hasil penelitian. Terdapat dua jenis interaktivitas di dalam *website*, yakni berinteraksi dengan medium dan

berinteraksi melalui medium (Berthon et al dikutip dalam Aoki, 2000). Di dalam berinteraksi melalui medium dapat terjadi dua bentuk interaksi, yaitu interaksi antara *publisher* dan *user* serta interaksi antara sesama *user*. Dari hasil penelitian, ditemukan bahwa fitur dominan yang terdapat pada *website* adalah fitur yang memungkinkan *user* untuk berinteraksi dengan *website* dan berinteraksi melalui *website* dalam bentuk komunikasi dari *publisher* ke *user*. Di dalam interaksi tersebut, EEAS di Indonesia berperan sebagai *sender* dan *user* berperan sebagai *receiver*.

Selain itu, ditemukan juga fitur yang memungkinkan *user* untuk berinteraksi melalui *website* dalam bentuk komunikasi dari *user* ke *publisher*. Akan tetapi interaksi ini hanya dimungkinkan secara terbatas melalui fitur *e-mail links* saja. Di dalam komunikasi dari *user* ke *publisher*, *user* berperan sebagai *sender* dan EEAS di Indonesia berperan sebagai *receiver*.

Sekalipun *user* dimungkinkan untuk berperan sebagai *receiver* maupun sebagai *sender*, namun hal ini bukanlah suatu bentuk interaktivitas. Karena pertukaran peran tersebut tidak terjadi secara langsung di dalam suatu proses komunikasi, melainkan terjadi di dalam dua proses komunikasi yang berbeda. Hal ini dikarenakan fitur *e-mail links* tidak memungkinkan *user* untuk memberi *feedback* atas suatu pesan tertentu yang terdapat pada *website*, serta tidak ada jaminan bahwa EEAS di Indonesia akan menanggapi *e-mail* tersebut. Oleh karena itu, pola komunikasi yang terjadi di dalam *website* tetap bersifat satu arah, sekalipun arahnya tidak hanya dari EEAS di Indonesia ke *user*, tetapi dapat berubah dari *user* ke EEAS di Indonesia.

Dari pemaparan sebelumnya, dapat diidentifikasi bahwa model komunikasi yang dominan terjadi di dalam *website* EEAS di Indonesia adalah model komunikasi satu arah. Pola interaksi antara *user* dengan *website* serupa dengan pola interaksi antara *publisher* dengan *user* dalam bentuk komunikasi dari *publisher* ke *user*. Apabila dilihat dari tipologi arus informasi (McMillan, 2002), pola interaksi tersebut membentuk model komunikasi berupa *allocution* yang sama dengan model *cyber-interactivity* (McMillan, 2002) berupa *monologue*. Model komunikasi *monologue* dan *allocution* adalah model komunikasi satu arah (*one-way communication model*) dengan kesempatan *feedback* yang sangat minim. Model komunikasi tersebut paling dominan terjadi di dalam *website* EEAS di Indonesia, mengingat komunikasi dari *publisher* ke *user* melalui fitur *web page publishing* yang sangat dominan pada *website*, namun peluang untuk memberikan *feedback* hanya tersedia dalam bentuk *e-mail links*.

Sementara di dalam pola interaksi antara *publisher* dengan *user* dalam bentuk komunikasi dari *user* ke *publisher*, terbentuk model komunikasi *registration* atau *feedback* (McMillan, 2002). Model komunikasi tersebut juga merupakan komunikasi satu arah, namun *receiver* memiliki kesempatan terbatas untuk memberikan *feedback* melalui *feedback tools* seperti *email links*. Selain itu, di dalam *website* EEAS di Indonesia juga terjadi model komunikasi *consultation*. *Consultation* terjadi ketika *user* memiliki kendali atas waktu dan pemilihan subjek, namun kendali atas sumber informasi ada pada *publisher* (McMillan, 2002). Model komunikasi tersebut terjadi di dalam *website* melalui fitur *hyperlinks*, *keyword search*, *language*, *image*, *video*, *files download*, dan *share*

button yang memungkinkan *user* untuk memiliki kendali atas pemilihan bentuk dan waktu informasi yang disediakan oleh EEAS di Indonesia.

Ketiga model komunikasi yang terjadi di dalam *website* EEAS di Indonesia merupakan model komunikasi satu arah. Oleh karena itu, interaktivitas aktual *website* EEAS di Indonesia terbilang terbatas. Hal ini dikarenakan *website* EEAS di Indonesia belum memungkinkan terjadinya pertukaran peran secara penuh di dalam proses komunikasi sebagaimana syarat interaktivitas (Sundar et al, 2003).

4.2. Implikasi Interaktivitas Aktual *Website European External Action Service* di Indonesia terhadap Praktik *International Public Relations*

Berdasarkan paparan sebelumnya bahwa interaktivitas aktual *website* EEAS di Indonesia masih terbatas, dilakukan analisis mengenai implikasinya terhadap praktik *international public relations* EEAS di Indonesia. Analisis dilakukan dengan mengidentifikasi implikasi interaktivitas aktual *website* yang terbatas berdasarkan esensi penggunaan *website* sebagai media *international public relations* menurut Uysal (2013). Tujuan penggunaan *website* sebagai media *international public relations* adalah untuk berkomunikasi dengan *stakeholders*, menciptakan kehadiran organisasi di internet, menyediakan subsidi informasi bagi media, dan menyampaikan *image* organisasi yang kompeten (Uysal, 2013).

Apabila dilihat dari esensi penggunaan *website* untuk berkomunikasi dengan *stakeholders* (Uysal, 2013), interaktivitas aktual *website* EEAS di Indonesia hanya mampu menghadirkan komunikasi satu arah dari EEAS di Indonesia kepada *stakeholders*. Hal itu sejalan dengan karakteristik praktik *international public relations* yang dilakukan oleh negara atau organisasi antar negara, yang

cenderung dilakukan dalam bentuk diseminasi informasi. Diseminasi informasi tersebut bertujuan untuk menciptakan *framing* atau *image* positif atas kebijakan negaranya (Golan & Viatchaninova, 2014; Vitopoulos, 2015). Akan tetapi, model komunikasi satu arah tersebut belum ideal. Hal ini dikarenakan model komunikasi antara organisasi dan publiknya yang ideal di dalam upaya *public relations* menurut Grunig (dikutip dalam Wakefield, 2008) adalah model komunikasi dua arah yang simetris (*two-way symmetrical communication model*).

Dilihat dari esensi penggunaan *website* untuk menyediakan subsidi informasi bagi media, *website* EEAS di Indonesia dapat memenuhi tujuan tersebut. Hal ini ditunjukkan oleh dominasi fitur *web page publishing* yang didukung berbagai *hyperlinks* yang hampir seluruhnya berisi informasi mengenai EEAS di Indonesia atau UE secara umum. Model komunikasi *consultation* yang memungkinkan *user* untuk mencari informasi pada *website* juga menunjukkan bahwa media dapat sewaktu-waktu memperoleh informasi dari *website* EEAS di Indonesia.

Sementara apabila dilihat dari penggunaan *website* untuk menciptakan kehadiran organisasi di internet (Uysal, 2013), interaktivitas aktual *website* EEAS di Indonesia juga mampu mencapai tujuan tersebut. Hal ini ditunjukkan oleh potensi interaktivitas *website* yang telah dipaparkan sebelumnya, di mana fitur *web page publishing* sangat dominan di dalam *website*. Kondisi tersebut berimbas pada berbagai informasi yang dieksplorasi menggunakan *hyperlinks* atau *keyword search* dan diperoleh *user* adalah seputar EEAS di Indonesia atau UE. Oleh karena itu, upaya membangun agenda publik dan mempengaruhi persepsi publik melalui *website* (Golan & Viatchaninova, 2014) dapat dilakukan, sehingga

kehadiran organisasi di internet menjadi cukup kuat. Di saat yang bersamaan, penggunaan *website* untuk membangun *image* (Uysal, 2013) juga dapat terpenuhi. Model komunikasi satu arah yang terjadi di dalam *website* EEAS di Indonesia juga menunjukkan bahwa EEAS di Indonesia menciptakan dan menyebarkan konten untuk menarik audiens, membangun *image*, dan melakukan fungsi komunikasi persuasif lainnya (McMillan, 2002).

Dari pemaparan implikasi interaktivitas aktual *website* EEAS di Indonesia yang terbatas terhadap esensi penggunaan *website* sebagai media *international public relations*, tampak bahwa *website* EEAS di Indonesia belum mampu menjadi media interaktif dengan *stakeholders* secara optimal. Tujuan yang dipenuhi utamanya adalah untuk menyediakan subsidi informasi bagi media, menciptakan kehadiran organisasi di internet, dan membangun *image*. Bahkan dapat dikatakan bahwa interaktivitas aktual yang terbatas pada *website* menunjukkan bahwa tujuan penggunaan *website* sebagai media *international public relations* oleh EEAS di Indonesia adalah untuk diseminasi informasi dan melakukan fungsi komunikasi persuasif, yakni membangun *image*.

Upaya diseminasi informasi dan komunikasi persuasif untuk membangun *image* tersebut juga tampak tidak hanya ditujukan kepada publik Indonesia saja, namun juga kepada publik secara global. Hal itu ditunjukkan oleh fitur *language setting* pada *website* EEAS di Indonesia yang tidak menyediakan pilihan bahasa selain bahasa Inggris pada beberapa halaman *website*. Oleh karena itu, beberapa konten *website* EEAS di Indonesia hanya dapat diakses di dalam bahasa Inggris, di mana bahasa Inggris merupakan bahasa internasional.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis, dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan, interaktivitas aktual *website* EEAS di Indonesia masih terbatas. Hal itu ditunjukkan oleh fitur dan model komunikasi yang terjadi di dalam *website* yang dapat dijabarkan sebagai berikut:

- a. Fitur interaktivitas yang terdapat pada *website* EEAS di Indonesia memungkinkan *user* untuk berinteraksi dengan *website* melalui fitur berupa *hyperlinks*, *keyword search*, *language setting*, *image*, *video*, *files download*, dan *share button*. Selain itu, interaksi antara *publisher* dengan *user* dalam bentuk komunikasi dari *publisher* ke *user* juga dimampukan melalui fitur *web page publishing*. Sementara fitur *e-mail links* memampukan komunikasi dari *user* ke *publisher*. Akan tetapi, tidak ditemukan fitur yang memampukan interaksi antara sesama *user*.
- b. Model komunikasi yang dominan terjadi di dalam *website* adalah model komunikasi satu arah. Model komunikasi yang terjadi tersebut berupa *monologue* atau *allocution*, *registration* atau *feedback*, dan *consultation*.

Interaktivitas aktual *website* EEAS di Indonesia yang terbatas menunjukkan bahwa esensi penggunaan *website* sebagai media *international public relations* utamanya adalah untuk diseminasi informasi dan melakukan fungsi komunikasi persuasif. Tujuan untuk membangun *image* juga tidak hanya ditujukan kepada publik Indonesia, melainkan juga publik secara global. Hal itu ditunjukkan oleh bahasa *default* pada *website* adalah bahasa Inggris dan tidak seluruh halaman *website* disertai dengan fitur pilihan bahasa Indonesia.

6. Daftar Pustaka

- Aoki, K. (2000). *Taxonomy of Interactivity on the Web*. Paper presented at the Association of Internet Researchers Conference, Lawrence, Kansas.
- EEAS. (tanpa tahun). *About the European External Action Service*. (Akses 12 September 2015). Tersedia dalam World Wide Web: <http://eeas.europa.eu/background/about/index_en.htm>
- Golan, G. J., & Viatchaninova, E. (2014). The Advertorial as a Tool of Mediated Public Diplomacy. *International Journal of Communication*, 8, 1268-1288.
- Kiousis, S. (2002). Interactivity: a concept explication. *New Media & Society*, 4(3), 355-383.
- McMillan, S. J. (2002). A four-part model of cyber-interactivity. *New Media and Society*, 4(2), 271-291.
- Signitzer, B.H., & Coombs, T. (1992). Public Relations and Public Diplomacy: Conceptual Convergences. *Public Relations Review*, 18(2), hal: 137-147. JAI Press Inc.
- Signitzer, B. & Wamser, C. (2010). Public Diplomacy: A Specific Government Public Relations Function. Dalam C. H. Botan, & V. Hazleton (Eds.), *Public Relations Theory II*. London: Routledge.
- Snow, N., & Taylor, P.M. (Eds). (2009). *Routledge Handbook of Public Diplomacy*. New York: Routledge.
- Sundar, S.S., Kalyanaraman, S., & Brown, J. (2003). Explicating Web Site Interactivity: Impression Formation Effects in Political Campaign Sites. *COMMUNICATION RESEARCH*, 30(1), 30-59.
- Uysal, N. (2013). Shifting the Paradigm: Diversity Communication on Corporate Web sites. *Public Relations Journal*, 7(2), 8-36. ISSN 1942-4604. Public Relations Society of America.
- Vitopoulos, G. (2015). *Mediated Public Diplomacy: How the Russian English-language news network RT framed the ongoing tension between Russia and the West that ensued from the Ukrainian crisis*.
- Wakefield, R.I. (2008). Theory of International Public Relations, the Internet, and Activism: A Personal Reflection. *Journal of Public Relations Research*, 20, 138-157.
- Wu, G. (2005). The Mediating Role of Perceived Interactivity in the Effect of Actual Interactivity of Attitude Toward the Website. *Journal of Interactive Advertising*, 5(2).